

# Keskustan eduskuntavaaliehdokkaan opas 2023

Oppaasta tulee vielä päivitetty versio syksyllä 2022.

Ehdokkaan tueksi on koottu kattava materiaalipaketti myös MSL verkko-opistoon, jossa on muun muassa kätevä kampanjataulukko oman kampanjasi suunnitteluun. Pääset verkko-opistoon ilman kirjautumista osoitteessa

<https://moodle.msl.fi/course/view.php?id=177>

Oppaan lukuohje: turkoosit tekstit ovat viittauksia MSL verkko-opistoon tai muihin sähköisiin materiaaleihin ja

vihreät tekstit ohjaavat täyttämään tiedot kampanjataulukkoon.

## Sisällys

1.	Keskustan arvot .....	2
2.	Ehdokkaan käytössä olevat sähköiset materiaalit.....	2
3.	Ehdokkaan kampanjan lyhyt tarkistuslista .....	3
4.	Eduskuntavaalifaktat .....	3
5.	Ehdokkaan kampanjan suunnittelu ja toteutus.....	6
6.	Saavutettavuus .....	11
7.	Kampanjan ilme .....	11
8.	Kampanjaviestintä .....	12
9.	Markkinointi .....	17
10.	Kampanjatilaisuudet.....	18
11.	Ehdokkaan hyvinvointi.....	19
12.	Esiintyminen .....	20
13.	Vaalirahoitus eduskuntavaaleissa .....	21

## 1. Keskustan arvot

- Vastuullisuus ja vapaus
- Yhteisöllisyys ja välittäminen
- Tasa-arvo ja oikeudenmukaisuus
- Sivistys
- Ylisukupolvisuus ja kohtuullisuus
- Kestävä luontosuhde
- Paikallisuus

Lue lisää [Keskustan verkkosivuilta](#).

## 2. Ehdokkaan käytössä olevat sähköiset materiaalit

MSL verkko-opistosta löydät [ehdokkaan sähköiset materiaalit](#). Materiaalissa on teoriaa, webinaaritallenteita, videoita ja muuta lisätietoa tämän oppaan lisäksi. Päivitämme sähköistä materiaalia vaaleja kohti, ja sieltä löydät myös pidettyjen vaaliwebinaarien tallenteet. <https://moodle.msl.fi/course/view.php?id=177>

MSL verkko-opistossa on myös [sähköinen kampanjataulukkopohja](#) oman kampanjasi suunnittelun ja budjetoinnin tueksi. Voit ladata työkirjan omalle laitteellesi Excel-taulukkona ja täydentää sitä vaiheittain.

### 3. Ehdokkaan kampanjan lyhyt tarkistuslista

- Hanki perustiedot siitä yhteiskunnallisesta organisaatiosta, johon olet ehdolla vaikuttajaksi, päätöksenteosta ja Keskustan tavoitteista vaaleissa
- Osallistu ehdokaskoulutuksiin (ehdokastuki)
- Pyydä avuksesi ystäviäsi, tuttuja tai kavereita esim. harrastuksista. Perusta heistä tiimi, jolla on vaalipäällikkö
- Toimi yhdessä – yksin uupuu
- Tee kampanjasuunnitelma yhdessä tiimisi kanssa
- Pohdi kohderyhmäsi ja ideoi omat vaaliteemat
- Toteuta kampanjasi; noudata suunniteltua kampanja-aikataulua ja budjettia
- Yhteistyö ehdokkaiden kanssa lisää näkyvyyttä ja säästää kustannuksia – muista, että eri ikäisillä ja eri taustaisilla ehdokkailla on usein eri äänestäjäkohderyhmät, joten älä välttä yhteistyötä
- Rento ja hyvätuulinen toiminta on usein myös tehokasta

### 4. Eduskuntavaalifaktat

#### **Ennakkoäänestys 22.–28.3.2023**

Ennakkoäänestys alkaa keskiviikkona maaliskuun 22. päivänä ja päättyy tiistaina maaliskuun 28. päivänä.

Kunnanhallitus määrää ennakkoäänestyspaikat ja niitä ovat mm. virastot, postitoimipaikat, kauppakeskukset. Kunnanhallitus määrää ennakkoäänestyspaikkojen päivittäiset aukioloajat. Aukioloajat voit tarkistaa kunnan/kaupungintalolta. Yleisessä ennakkoäänestyspaikassa voi äänestää kuka tahansa äänioikeutettu riippumatta siitä, missä kunnassa hän asuu.

Sairaaloissa, vanhainkodeissa sekä rangaistuslaitoksissa äänestys tapahtuu kunnan keskusvaalilautakunnan ilmoittamana ajankohtana ennakkoäänestyksen aikana. Niissä voivat äänestää vain niissä hoidettavina olevat tai niihin otetut henkilöt.

## Äänestys kotona

Äänioikeutettu, joka vaikean vamman tai pitkäaikaisen sairauden vuoksi ei ilman kohtuuttomia vaikeuksia pääse äänestys- tai ennakkoäänestyspaikkaan, saa äänestää ennakolta kotonaan. Kotona äänestävän tulee ilmoittaa siitä kirjallisesti tai puhelimitse kunta keskusvaalilautakunnalle. Ilmoituksen voi tehdä äänestäjän puolesta myös tämän valitsema henkilö. Ehdokkaalla on erityinen vastuu eri äänestystapojen tunnetuksi tekemisessä.

**Videovinkki:** Miten huomioida erityisryhmien tarpeet? Katso tallenne Ajatuspaja Alkion webinaarista: <https://youtu.be/K192sKhEceU>

## Äänestys ulkomailla 22.-25.3.2023

Ulkomailla yleisinä ennakkoäänestyspaikkoina ovat valtioneuvoston asetuksella määrätyt Suomen edustustot. Ennakkoäänestysaika saattaa olla huomattavasti oheista ohjeaikaa lyhyempi. Ennakkoäänestyksen tarkka aika ja paikka kannattaa siis tarkastaa jo hyvissä ajoin ennakkoon, jos tietää olevansa vaalien aikaan ulkomailla. Niissä voi äänestää kuka tahansa eduskuntavaaleissa äänioikeutettu riippumatta siitä, missä maassa tai missä kunnassa hän asuu. Edustustoissa voivat siten äänestää esimerkiksi lomamatkoilla tai työkomennuksella ulkomailla olevat äänioikeutetut.

Edustustojen lisäksi ulkomailla olevissa suomalaisissa laivoissa järjestetään ns. laivaäänestys laivan henkilökunnalle. Laivaäänestys voidaan aloittaa jo 18. päivänä ennen vaalipäivää, mutta se lopetetaan samaan aikaan kuin edustustoäänestys eli 8. päivänä ennen vaalipäivää. Laivaäänestyksessä saa äänestää vain laivan henkilökunta.

Vaalien ajan ulkomailla asuvat tai oleskelevat äänioikeutetut voivat äänestää kirjeitse ulkomailta. Kirjeäänestystä haluava äänioikeutettu tilaa kirjeäänestysasiakirjat ulkomaille, ne saatuaan äänestää ja palauttaa äänensä lähetekuudessa Suomeen oman kotikuntansa keskusvaalilautakunnalle.

## Vaalipäivä 2.4.2023

Vaalihuoneistot ovat varsinaisena vaalipäivänä sunnuntaina 2. huhtikuuta auki klo 9–20. Vielä vaalipäivänäkin ehdokkaiden tulee olla liikkeellä ja aktiivisina, ei kuitenkaan äänestyspaikkojen läheisyydessä. Varsinaisena vaalipäivänä on hyvä tarjota kuljetuspalvelua äänestyspaikoille, koska äänestyspaikkojen määrä on vähentynyt ja äänestysmatkat pidentyneet. Äänioikeutettu saa äänestää vain siinä äänestyspaikassa,

joka on merkitty äänioikeusrekisteriin ja äänioikeutetulle ennen vaaleja postitettuun ilmoituskorttiin.

## **Äänioikeus**

Äänioikeutettu on asuinpaikastaan riippumatta jokainen Suomen kansalainen, joka viimeistään vaalipäivänä täyttää 18 vuotta. Digi- ja väestötietovirasto laatii kussakin vaaleissa erikseen äänioikeutetuista atk-perusteisen rekisterin (äänioikeusrekisteri) viimeistään 46. päivänä ennen vaalipäivää. Äänioikeusrekisteriin otetaan jokaisesta äänioikeutetusta ne tiedot (muun muassa nimi, henkilötunnus, vaalipiiri, kotikunta ja äänestyspaikka), jotka olivat väestötietojärjestelmässä 51. päivänä ennen vaalipäivää.

Äänioikeusrekisteri on julkisesti nähtävillä Digi- ja väestötietovirastossa 41. päivästä ennen vaalipäivää alkaen. Jokaiselle rekisteriin otetulle postitetaan lisäksi viimeistään 24. päivänä ennen vaalipäivää ilmoitus äänioikeudesta (ilmoituskortti), jossa mainitaan muun muassa vaalipäivä, ennakkoäänestyspäivät, äänioikeutetun äänestyspaikan osoite sekä vaaliviranomaisten yhteystiedot. Äänioikeusrekisteristä tulostetaan myöhemmin vaaliluettelot vaalipäivän äänestyspaikoille.

## **Tärkeimmät päivämäärät eduskuntavaaleissa**

Vuoden 2024 eduskuntavaalien vaalipäivä on sunnuntai 2.4.2023 ja muut tärkeät ajankohdat ovat seuraavat:

- vaalipiirien paikkamäärien vahvistuminen: maanantai 31.10.2022
- äänioikeusrekisterin tietojen poimintapäivä (missä kunnassa kukin on äänioikeutettu): perjantai 10.2.2023
- ehdokashakemusten jättöpäivä: viimeistään tiistaina 21.2.2023 ennen klo 16
- ehdokasasettelun vahvistaminen: torstai 2.3.2023
- äänioikeusrekisteri lainvoimainen: tiistai 21.3.2023
- kotiäänestykseen ilmoittautuminen päättyy: tiistai 21.3.2023 klo 16
- ennakkoäänestys kotimaassa: 22. – 28.3.2023
- ennakkoäänestys ulkomailla: 22. – 25.3.2023
- tulosten vahvistaminen: keskiviikko 5.4.2023.

Ota seurantaasi [Keskustan eduskuntavaalien verkkosivu!](#)

Vaalitoimintaa suunniteltaessa on oltava ajoissa liikkeellä. Oman kampanjan aikataulusuunnittelua tehtäessä merkitse kalenteriin ensimmäisenä ehdokkaasta riippumattomat ajankohdat mm. vaalien tärkeät päivämäärät. Varaa aikaa kampanjan suunnitteluun, verkoston luontiin, varainhankintaan, ehdokkuudesta viestimiseen ja

mainosmateriaalin valmistamiseen. Varaa aikaa myös puolueen, piirin ja paikallisten Keskustayhdistysten tapahtumille ja tilaisuuksille.

Lue tarkemmin [viralliselta vaalisivustolta](#).

## Ota käyttöösi kampanjataulukko!

Ehdokkaan kampanjan tueksi on tehty Excel-muotoinen [kampanjataulukko, joka löytyy MSL verkko-opistosta](#). Voit ladata sen laitteellesi ja käyttää sitä kampanjasuunnittelun kivijalkana. Täytä taulukkoon tärkeät päivämäärät, tee budjetointi ja mieti esimerkiksi aikataulu kampanjamateriaalien suunnittelulle ja tuotannolle.

Taulukko rakentuu 6 eri välilehdestä. Keskeisessä roolissa on budjettilaskenta, jonka rakenteessa on huomioitu vaalirahoitusilmoituksen vaatimukset. Ehdokastiimi voi kirjata taulukkoon:

- Tiedot ehdokastiimistä & vastuualueista (välilehti: tiimi)
- Perusteet ehdokaskuvan rakentamisessa, mm. vaaliteemat (välilehti: ehdokas & teemat)
- Omien kohderyhmien määrittelyn sekä heille kohdennetut viestit, kampanjatilaisuudet ja kanavat (välilehti: omat kohderyhmät)
- Aikajanelle viikkotasolla erilaisia kampanjatilaisuuksia sekä huomioida niiden toteutuksesta syntyneet kulut (välilehti: tilaisuudet (viikkokalenteri))
- Pitää kirjaa ehdokkaan saamasta vaalirahoituksesta (välilehti: tulot)
- Suunnitella ja pitää kirjaa viestintään ja markkinointiin liittyvistä hoidettavista tehtävistä sekä huomioida niistä syntyvät kulut (välilehti: viestintä & mainonta (kulut))

## 5. Ehdokkaan kampanjan suunnittelu ja toteutus

Onnistunut vaalikampanja perustuu hyvään suunnitteluun ja toteutukseen. Siksi jokaisen ehdokkaan pitää tukitiiminsä kanssa miettiä kampanjansa tavoitteet, sisältö ja toteutus. Toiset tekevät näyttävän mediakampanjan, toiset tukeutuvat jalkatyöhön ja verkostoihin. On hyvin pohdittu ja suunniteltu valintasi mikä tahansa, pätee sen onnistumisessa vanha sanonta: hyvin suunniteltu on puoliksi tehty.

Ehdokkaan kampanjasuunnitelma on tulevien tapahtumien käsikirjoitus. Se toimii keskeisenä ideana koko kampanjan ajan. Hyvän kampanjan kaikki osat on tarkoitettu

pyrkiväksi samaan suuntaan ja tukevat toisiaan. Käytä kampanjasi suunnittelun tukena [sähköistä kampanjataulukkopohjaa](#).

## Taulukkoon voit suunnitella

- vaalitiimisi kokoonpanoa
- ehdokasprofiiliasi, vaaliteemojasi sekä kohderyhmiäsi
- kampanjasi tuloja ja menoja ( vinkki: taulukon täyttö helpottaa vaalirahoitusilmoituksen täyttöö)
- tarvitsemaasi kampanjamateriaalia sekä niiden aikataulutusta
- viestintäkärkiä kohderyhmillesi
- omia kampanjatilaisuuksia eri kohderyhmillesi
- kampanjasi aikataulua viikkotasolla

Jos olet uusi ehdokas, kysy rohkeasti neuvoja ja vinkkejä aiemmin ehdokkaina olleilta tai muilta vaalitoimintaan osallistuneilta. Jos olet ollut ennenkin mukana vaaleissa, ota oppia menneestä. Mieti, mikä kampanjassasi viimeksi onnistui ja missä on parannettavaa. Pohdi myös, onko äänestäjäkohderyhmäsi osin vaihtunut vaalien välillä?

## Ehdokkaan tavoitteet, teemat ja kohderyhmät

Hyvällä suunnitelmalla on aina tavoitteet. Ehdokkaana tärkeitä tavoitteitasi ovat muun muassa läpimeno vaaleissa, oman sanomasi edistäminen sekä äänestäjiesi kohtaaminen luottamusta herättävällä tavalla. Siksi ota selvää, millaisia äänimääriä viime vaaleissa tarvittiin läpimenoon. Aseta tämän jälkeen selkeä äänimäärätavoite itsellesi. Vaaliteemasii pitää olla luontainen osa sinua. Pohdi ne huolella yhdessä tiimisi kanssa. Tuolloin myös kohderyhmä pitää olla tarkoin pohdittu – ketä haluat ja voit puhutella. Henkilöilmiöksi haluaa jokainen, mutta muista, että se ei tapahdu itsestään. Palasten pitää osua kohdalleen, ja siinä auttaa suunnitelmallinen työ.

Ehdokkaana sinulle riittää yhdestä kolmeen tarkoin harkittua vaaliteemaa, jotka muodostavat sanomasi äänestäjille. Ehdokkaalta ei edellytetä kaikkien alojen asiantuntijuutta tai mielipidettä aivan jokaiseen asiaan, vaikka viimeistään puolueen ja itsesi korostamat arvot auttavat siinäkin.

Valitse itsellesi läheiset, tutut aiheet ja keskity niihin! Omaa elinpiiriäsi lähellä olevissa asioissa olet uskottava ja asiantuntemuksesi tulee parhaiten esille. Tärkeää on huomata ja ymmärtää mihin on ehdolla, ja mitä asioita esimerkiksi eduskunnassa käsitellään ja päätetään. Sinulla voi olla esimerkiksi arvokasta arjen kokemusta joidenkin kunnallisten palvelujen käyttäjänä ja näkemyksiä niiden kehittämisestä. Eduskunnassa päätöksenteon

näkökulma on kuitenkin lainsäädännöllinen. Ehdokkaana sinun pitää siis osata yhdistää nämä kaksi eri lähestymistapaa, koska hyvät vaaliteemat ovat konkreettisia, ajankohtaisia ja tavallisia ihmisiä koskettavia. Niiden pitää siis olla selkeitä ja ymmärrettäviä.

Vaaliteemojesi pitää koskea sellaisia asioita, joihin voit vaikuttaa. Muotoile vaaliteemasiten, että ne kertovat konkreettisesti sanomastasi äänestäjille. ”Ilmastotekoja kehitettävä Suomessa” on sinänsä hyvä kattoteema, mutta tarvitsee sisältöä ympärilleen. Muutoin viesti on liian yleisluonteinen ja itsestään selvä. Tällaiseen lauseeseen voi sitoutua varmaankin lähes joka puolue ja ehdokas – erot puolueiden ja ehdokkaiden välillä tulevat nimenomaan ratkaisukeinoista! Teeman voi konkretisoida esimerkiksi seuraavasti: ”Lisätään puurakentamista tarjoamalla valtionavustuksia kunnille.” tai ” Kasvatetaan Suomen metsäpinta-alaa istuttamalla lisää metsiä”. Tässä on nyt siis kyse yhdestä vaaliteemasta, sekä sopivista ratkaisuehdotuksista. Nämä ovat vielä eri asia kuin slogan eli iskulause.

Perehdy puolueen arvoihin, valtakunnalliseen vaaliohjelmaan ja Keskustan ohjelmaan omassa piirissäsi. On hyvä kytkeä ainakin yksi vaaliteemasi puolueen tai piirijärjestösi teemoihin. Näin oman sanomasi vaikutus tehostuu.

**Täytä nämä kampanjataulukon kohtiin Ehdokas & teemat.**

### **Ehdokkaan teemat**

- 1–3 kappaletta
- Kohderyhmät huomioiden
- Uskottavat ja konkreettiset
- Tulevaisuusote huomioitu, koskevat ensi vaalikaudella uudistettavia asioita
- Valtakunnalliseen ja paikalliseen päätöksentekoon liittyvät
- Ihmisläheiset näkökulmat, hyvä tyyli ja selkeät muotoilut
- Linjassa puolueen arvojen ja ohjelmien kanssa

**Lue lisää kampanjan rakentamisesta [MSL verkko-opistosta](#).**

### **Vaalitiimi**

Ehdokas ehtii ja kykenee tekemään vaalikampanjaa yksinään aika heikosti. Siksi taakkaansa helpottava ehdokas perustaa tiimin, oman porukkansa, jonka kanssa toteuttaa kampanjaa yhdessä tehden. Moni kokee juuri sen kampanjoinnin hauskimmaksi puoleksi. Kerää siis tueksesi muutama henkilö, joiden apuun voit luottaa kaikissa kampanjan vaiheissa. Tämä joukko on vaalitiimi – ehdokasta kampanjan aikana tukeva ryhmä. Mieti, keiden kanssa haluat rakentaa omaa vaalikampanjaasi.



Pyydä vaalitiimiisi jo kampanjasuunnitelman tekovaiheessa luottohenkilöitä, joilla on aikaa, todellista tahtoa ja aktiivisuutta lähteä rakentamaan ja toteuttamaan kampanjaasi. Vaalitiimissä tarvitaan niin näkijöitä kuin tekijöitäkin – kaikille kyvyille ja asiantuntemukselle riittää käyttöä. Erilaisuus ja monipuolisuus ovat toimivan tiimin voimavara.

Valitse itsellesi vaalipäällikkö. Hän on kampanjassa sinulle läheisin henkilö, joka pitää narut käsissään. Hän on kampanjan pääjohtaja. Muita tärkeitä vastuualueita ovat talous-, viestintä-, mainonta- ja tapahtumavastuut. Vastuut kannata vielä varmistaa ja kirjata kampanjataulukoon. Taulukkoa hyödyntäen jokainen tiimin jäsen pysyy aina ajan tasalla budjetin käytöstä, hoidettavista asioista sekä tulevista kampanjatilaisuuksista.

Kampanjatiimin kanssa kannattaa keskustella siitä, mikä on juuri tälle tiimille paras yhteydenpitoväline. Kannattaa keskustella porukalla, mikä kanava sopii juuri teille. Onko se sähköposti? Facebook-ryhmä? Facebookin Messenger-ketju? Whatsapp-ryhmä? Teams? Jokin muu vai yhdistelmä näitä?

Ehdokas saattaa haluta viestiä myös kampanjatiimiä laajemmalle joukolle. Jotkut ehdokkaat lähettävät esimerkiksi viikkokirjeitä, joissa välitetään vinkkejä matalan kynnyksen kampanjointiin, vaikka ei olisi tiiviisti mukana kampanjassa. Sähköpostilistat halukkaille voivat olla toimiva viestintäväline. Älä kuitenkaan lisää ketään sähköpostilistalle ilman lupaa. Huolehdi tietosuoja-asiat kuntoon ja varmista, että sähköpostilistalta pystyy helposti myös eroamaan.

### **Vaalitiimi**

- 3–5 henkilöä
- Tekee kanssasi vaalisuunnitelman ja vastaa sen toteutuksesta
- Jakaa kampanjan vastuut ja tehtävät
- Viestii ehdokkuudestasi ja sanomastasi
- Kokoaa kampanjallasi laajempaa verkostoa
- Tukee sinua ehdokkaana ja antaa palautetta

### **Verkosto**

- Vaalitiimiä laajempi joukko, joka levittää sanaa ehdokkuudestasi

Täytä nämä kampanjataulukon kohtaan Tiimi. Täytä suunnitelmasi ja viestinnän kärkesi kampanjataulukon kohtaan ”Omat kohderyhmät” sekä ”Tilaisuudet”.

Pohdittavaa vaalitiimisi kanssa: Miten voitte kasvattaa ehdokkaan tukijaverkostoa myös kampanjan aikana?

## **Aikataulutus**

Vaalisuunnitelmaan laaditaan aikataulutus kampanjasi keskeisistä tapahtumista ja asioista. Selkeä aikataulutus antaa ryhtiä ja varmuutta sinun sekä vaalitiimisitoiminnalle. Näin myös tavoitteet saavutetaan paremmin. Ajoissa aloittavalla ehdokkaalla on etulyöntiasema.

Vaalien viralliset päivämäärät (esimerkiksi ehdokasnumeroiden varmistuminen, ennakoöänestyksen päivämäärät ja varsinainen vaalipäivä), oman piirijärjestösi sekä puolueen suunnitelmat luovat raamit oman kampanjasi aikataululle ja vaalitoiminnalle.

Jätä aikatauluusi väljyyttä, jotta kampanjan edetessä eteen tuleville tapahtumille jää tarvittaessa aikaa. Aikataulu on koko ajan täydentyvä – sitä ei voi lopullisesti päättää ensimmäisessä vaalitiimin tapaamisessa.

### **Ehdokkaan kampanja-aikataulussa**

- Vaalien viralliset päivämäärät
- Ehdokaskoulutukset ja -valmennukset
- Vaalitiimisi kokoontumiset
- Keskustajärjestöjen tilaisuudet ja kampanjapäivät
- Keskustan vaalikoulutus syyskuussa
- Tilaisuudet, joihin osallistut tai jotka järjestät
- Viestintä- ja mainosmateriaalin valmistelun sekä ilmestymisen päivämäärät
- Palautteen, arvioinnin sekä muun kampanjan jälkihoidon
- Muut kampanjasi kannalta tärkeät ajat ja tapahtumat

**Suunnittele aikatauluasi kampanjataulukon kohtiin Omat kohderyhmät ja Tilaisuudet (viikkokalenteri).**

## 6. Saavutettavuus

Jokainen ääni ja äänestäjä on meille tärkeä. Jokaisella äänestäjällä on oikeus osallistua demokraattisiin vaaleihin oman toiminnan rajoitteista huolimatta. Siksi keskustalaisten ehdokkaiden tulee panostaa saavutettavuuteen kampanjoissaan. Saavutettavuus tarkoittaa sitä, että digitaalinen ympäristö, viestintä ja palvelut rakennetaan siten, että ne soveltuvat kaikille. Saavutettavuutta on myös ihmisten moninaisuuden huomioon ottava ilmapiiri ja asenteet. (Lähde: <https://www.invalidiliitto.fi/esteettomyys/saavutettavuus>)

Keskustan viestinnässä on otettu käyttöön saavutettavuusperiaatteet, joiden avulla puolueen somesta tehdään helppokäyttöisempää tilanteesta tai toiminnan rajoitteista riippumatta. Ehdokkaan ja kampanjatiimin tulee käydä saavutettavuusohjeet läpi. Saavutettavuuteen panostaminen on helppoa, joten siitä tinkiminen ei kannata.

Lue [Keskustan saavutettavuusseloste verkkosivuilta](#).

## 7. Kampanjan ilme

On tärkeää, että Keskustan vaalijoukkue näyttää ja kuulostaa viestinnälliseltä hyvältä, pätevältä ja luotettavalta. Siksi on tärkeää, että keskustalaiset ehdokkaat ovat tunnistettavissa vähintään Keskustan logon kautta – se palvelee myös äänestäjää.

Keskustan vaalikampanjalla on oma ilmeensä. Se on myös ehdokkaiden hyödynnettävissä, mutta ehdokkaat voivat tehdä myös omannäköisen kampanjan, jossa toistuu esimerkiksi tietty väri, fontti, logo tai muu asia, joka sitoo kampanjan yhteen. Johdonmukaisuus on kampanjassa tärkeää. Ehdokas voi käyttää Keskustan värejä ja fontteja näin halutessaan. [Keskustan visuaalinen ohje löytyy verkkosivuilta](#).

Keskustan logo on tuttu kirkkaanvihreä apila, josta löytyy tarvittaessa myös musta ja valkoinen versio. Vanhoja logoja ei tule käyttää. Oikeat logot erimuodoissa löytyvät [materiaalipankista](#).

Voit hyödyntää myös [Keskustan Canvaa](#), josta löytyy valmiita pohjia kampanjailmeesi rakentamisen tueksi.

**Vinkki:** Somessa on käytössä useita eri kuvakokoja eri tarkoituksiin. Googlaamalla esimerkiksi ”Social Media Image Size” löydät ajankohtaisimmat kuvakoot omiin tarpeisiisi. Nämä oikeat kuvakoot löytyy myös Canvasta.

**Vinkki:** Päätä kampanjalle 2–3 fonttia ja yksi pääväri ja 2–3 tehosteväriä. Käytä niitä johdonmukaisesti. Katso mallia keskustan visuaalisesta ohjeistuksesta.

## Viestintäsuunnitelma

Viestinnälle kannattaa tehdä suunnitelma, johon mieltii myös omat viestintäkärjet valmiiksi. Joulukuuhelmikuulle kannattaa tehdä kuukausitasolla oleva viestintäsuunnitelma ja maaliskuuhuhtikuulle viikkotasolla oleva suunnitelma, jotka myötäilevät laajempaa kampanjasuunnitelmaa. Laajassa viestintäsuunnitelmassa voi pitäytyä ydinviestitasolla tai yksittäisten kampanjoiden tasolla, mutta jokaista kampanjaa varten kannattaa tehdä tarkempi viestintäsuunnitelma.

Esille nostettavien aiheiden ei tarvitse olla joka kerta uusia, sillä toisto, toisto ja toisto ovat kampanjaviestinnän tärkeimmät nyrkkisäännöt. Esimerkiksi Facebookissa tietty julkaisu (orgaaninen, ei maksettu) voi alimmillaan tavoittaa vain muutaman prosentin seuraajista tai tykkääjistä.

Päätä tärkeimmät teemasasi ja viesti niistä monipuolisesti. Ydinviestit eli viestintäkärjet tulevat hioa äänestäjälle relevanttiin muotoon. Siinä voi käyttää apunasi kolmen kysymyksen sarjaa: mikä arvo asian taustalla on, mikä periaate asian taustalla on ja miten tämä toteutetaan?

Pohdi: Miten ylläpidät vuorovaikutusta ehdokkaan ja äänestäjien välillä verkossa?

**Vinkki:** Canvan maksullisessa lisenssissä voit ottaa käyttöön sosiaalisen median julkaisukalenterin. Voit tehdä valmiiksi erilaisia julkaisuja kampanjasi sisällöistä ja teemoista valmiiksi viikko tai vaikka kuukausi kerralla, sekä ajastaa ne julkaistavaksi haluamiisi sosiaalisen median kanaviin tiettyinä päivinä. Hyvin suunniteltu someviestintä tehostaa ajankäyttöäsi ja pitää huolen siitä, että kanavasi pysyvät aktiivisina. Säännöllinen julkaisutoiminta kasvattaa sisältöjesi näkyvyyttä.

## 8. Kampanjaviestintä

Kampanjointi on viestintää useilla eri keinoilla, välineillä ja kanavilla. Ehdokkaalla on mahdollista viestiä itsestään ja tärkeimmistä vaaliteemoista monella tapaa – tärkeintä onkin löytää kullekin ehdokkaalle mielekkäimmät ja sopivimmat kanavat, ja hoitaa ne kunnolla. Vaaleissa on täysin mahdollista nousta tuntemattomuudesta ääniharavaksi viestimällä ja kampanjoimalla erottuvalla puhuttelevalla tavalla.

Olivatpa keinosi ja kanavasi mitkä tahansa, on tärkeää, että viestintäsi on hyvin suunniteltua, ennakoitua, uskottavaa ja oikea-aikaista. Sosiaalinen media tarjoaa alustan monikanavaisen viestintään, mutta perinteisiäkään kanavia ei kannata unohtaa. Yhä suurempi osa äänestäjistä etsii tietoa ehdokkaista verkosta ja moni puheenaiheista syntyy siellä. Siksi internet ja sosiaalinen media ovat olennainen osa kampanjaa.

Perinteiset kanavat, kuten sanomalehdet, kannattaa pitää kampanjassa sosiaalisen median rinnalla. Ajan henkeen kuuluu, että asiaosaaminen ei riitä vaan ehdokkaan on tuotava rohkeasti ja vahvasti esille persoonansa ja arvojansa. Faktat ovat tärkeitä, mutta arvot ja periaatteet vetoavat enemmän äänestäjään.

Äänestäjät hakevat ehdokkaista samaistumispintaa. Asiat kiinnostavat vain ihmisten kautta – arvot ja asiat heräävät henkiin ihmisten kertomien tarinoiden kautta. Ehdokkaan on oltava oma itsensä ja pistettävä persoonansa peliin.

## **Sosiaalisessa mediassa jokainen on oman itsensä mediatoimisto**

Ihmisiä kiinnostavat ihmiset. Siksi sosiaalinen media on niin suosittua. Myös vaalikampanjassa ihmisiä kiinnostaa ehdokkaat ennen kaikkea aitoina ihmisinä.

Sosiaalisessa mediassa äänestäjä voi löytää ehdokkaansa matalalla kynnyksellä omien verkostojensa kautta, jos ehdokas vain on riittävän aktiivinen. Suurin osa ihmisistä käyttää somea erityisesti mobiilina, joten kampanjaa kannattaa valmistella mobiilikokoiseksi ja -ystävälliseksi.

***Ole oma itsesi.*** Sinun ei tarvitse eikä pidä luoda itsestäsi erilaista kuvaa kuin kuka oikeasti olet. Ihmisiä kiinnostavat aidon ja samaistuttavan oloiset ihmiset. Älä suunnittele liikaa tai ole liian muodollinen. Somessa rentous ja aitous voittavat.

***Ole vuorovaikutteinen.*** Sosiaalinen media on sosiaalista eli et voi vain toimittaa omaa totuuttasi yksin ilman, että osallistut myös keskusteluun. Kiinnitä huomiota vuorovaikutukseen: käy keskustelua erilaisissa ryhmissä, kommentoi päivityksiin ja vastaa itse saamiisi kommentteihin ja kysymyksiin.

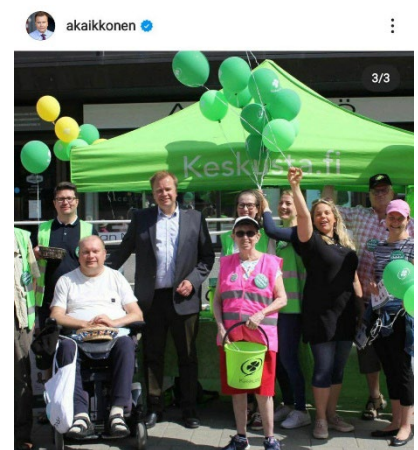
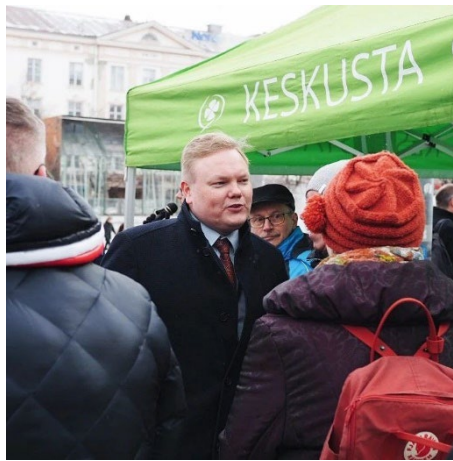
***Valitse mielekkäimmät kanavat.*** Instagram, Twitter, Facebook, TikTok, Snapchat, LinkedIn, Jodel, Youtube... Erilaisten somekanavien määrä on loputon. Kanavilla on omia erityispiirteitä, jotka tulee ottaa sisällöntuotannossa huomioon. Sinun ei tarvitse olla läsnä kaikissa kanavissa, vaan sinun tulee valita sinulle ja kohderyhmällesi sopivimmat ja mielekkäimmät kanavat.

Vinkit eri somekanavien käyttöön löydät [MSL verkko-opistosta](#).

***Käyttäydy asiallisesti.*** Keskusta on vastuullinen toimija, myös somekampanjoinnissa. Käyttäydy somessa samalla tavalla kuin käyttäytyisit toritilaisuudessa. Näillä tilaisuuksilla ei nimittäin ole mitään eroa, samat käyttäytymissäännöt pätevät molempiin. Asioista saa ja kuuluukin olla eri mieltä, mutta Keskustan ehdokkaat sitoutuvat toisia kunnioittavaan käytökseen.

**Ota kaverit mukaan.** Pyydä kampanjatiimiläisiä ja tuttaviasi jakamaan päivityksiäsi omin sanoin. Vinkkaa tukijoillesi, että olet kirjoittamassa ulostuloa, jotta he voivat olla ensimmäisenä kommentoimassa ja tykkäämässä. Jos kohtaat somekiusaamista tai vihapuhetta, pyydä muilta tukea.

**Visuaalisuus kiinnittää huomion.** Ihmiset rakastavat hyviä kuvia ja kiinnittävät huomionsa nimenomaan päivitysten visuaalisuuteen. Hyviin miljöökuviiin kannattaa panostaa. Tee arkisia ja todentuntuisia kuvapäivityksiä kampanjan varrelta. Katso esimerkkejä [Keskustan henkilökuvausohjeesta](#).



**Saavutettava kampanjointi tuo uusia yleisöjä.** Huolehdi kampanjasi saavutettavuudesta eli digiympäristön esteettömyydestä. Tarkastele kampanjatapoja esimerkiksi sokeiden, kuurojen, vanhusten tai huonosti poliittista suomen kieltä ymmärtävien kannalta. Avautuuko kampanjasi myös näille äänestäjille?

[Lue lisää saavutettavuudesta](#) luvusta 6. Tutustu myös [Invalidiliiton ohjeistukseen](#).

**Erota henkilökohtainen ja yksityinen.** Somessa ja politiikassa yksityisyytesi on kauppatavaraa, jonka myymisestä vain sinä päätät. Ihmiset janoavat henkilökohtaista tietoa toisista ihmisistä ja henkilökohtaisuus tekee sinusta mielenkiintoisen. Onneksi on täysin mahdollista erottaa henkilökohtainen ja yksityinen! Voit esimerkiksi kertoa, että sinulla on 7-vuotias lapsi, mutta sinun ei tarvitse kertoa, että sinulla on 7-vuotias Milla-niminen lapsi, joka käy Anttilan koulua ja jolla on matematiikan kanssa vaikeuksia.

Lisää päivityksiisi toimintakehotuksia: ”Tästä pääset osallistumaan” / ”ilmoittaudu mukaan” / ”kerro, mitä mieltä olet”. Koukuta jo viestin otsikolla.

## Viestinnän periaatteet

Keskustan viestinnän periaatteet nojaavat kolmeen ässään: sisältöön, sävyyn ja sitoutumiseen. Viestintää toteuttaessa nämä periaatteet on syytä pitää mielessä ikään kuin tarkistuslistana. Kiinnitä huomiota erityisesti näihin:

**Tavoite:** Pidä kiinni pääviestistäsi ja sen kirkastamisesta laajalle joukolle.

**Sisältö:** Uutinen on se, mikä kiinnostaa. Viestissä pitää olla sanottavaa, joten sijoita uutinen aina kärkeen. Määrän tavoittelu ja muuten vaan tiedottaminen tuhlaa resursseja.

**Sävy:** Etsi ja esitä ratkaisuja.

**Selkokieliisyys:** Viesti yleisölle. Toteuta viesti tavalla, joka on suuren yleisön ymmärrettävissä. Samalla vältät viestinnän vain kavereille sekä ylimielisyyden leiman.

**Kohderyhmän kunnioittaminen:** Viesti oikeassa kanavassa, oikea-aikaisesti ja ajanmukaisessa muodossa.

**Toisto:** Tunnettu vaikuttaja on kuuluisin yhdestä asiasta. Toista, toista ja toista ydinsanomasi ja pääviestisi.

Poliittinen ilmapiiri ja yhteiskunnallinen keskustelukulttuuri ovat olleet viime vuosina kestoaihe niin kansalaisten, kansanedustajien kuin mediankin keskuudessa. Me Keskustassa, rakennamme Suomea, jossa ihmiset puhuvat toisilleen kauniisti. Siksi Keskusta ja Keskustan ehdokkaat sitoutuvat hyvään käytökseen sosiaalisessa mediassa. Emme ikinä hyökkää ihmistä vastaan, vaan perustelemme asiaamme asia-argumentein.

Keskustelua ja erilaisia mielipiteitä ei pidä pelätä. Keskusta kutsuukin kaikki vaaleissa toimivat tahot yhteiskunnallisen keskustelukulttuurin tervehdyttämistalkoisiin. Sen myötä jokainen Keskustan ehdokas sitoutuu somen eettisiin keskusteluohjeisiin.

## Some-kanavat + vinkit

Lisätietoa some-kanavista ja videoita löydät [MSL verkko-opistosta](#).

## Turvallisesti somessa

Kuten maailmalla on nähty, vaaleihin yritetään vaikuttaa jatkuvasti. Ehdokkaan ja kampanjatiimin ei kannata väheksyä Suomeen, puolueeseen, demokraattisesti valittuihin edustajiin tai yksittäisiin aktiiveihin tai ehdokkaihin kohdistuvaa taloudellista tai poliittista mielenkiintoa. Siksi kaikkien poliittisia somekanavia ylläpitävien – ehdokkaiden ja kampanjatiimiläisten – tulee turvata somekanavansa.



Esimerkiksi Facebookissa tulee ottaa käyttöön kaksivaiheinen tunnistautuminen (Asetukset -> Turvallisuus ja sisäänkirjautuminen -> Käytä kaksivaiheista tunnistautumista). Pahaa tahtovien tahojen on liian helppo päästä käsiksi ehdokkaan sivuun esimerkiksi ylläpitäjien huonon suojauksen takia.

Facebook-sivu on kuitenkin turvallisempi vaihtoehto kampanjavälineeksi kuin henkilökohtainen profiili. Profiiliin ei tule hyväksyä muita kuin ihmisiä, jotka tunnet. Jos huomaat, että tilisi on hakkeroitu tai henkilöllisyytesi tai kuvasi on varastettu Facebookissa tai Instagramissa, ota yhteyttä puoluetoimistoon. Puoluetoimistolla on vaalien aikaan erityinen yhteys Facebookiin ja ongelmat hoituvat nopeimmin puoluetoimiston kautta. Väärät tai tekaistut tilit tulee aina raportoida myös Facebookin omien ilmiäntokanavien kautta.

[Facebook on koonnut omat ohjeet](#) aiheeseen liittyen.

## Somekohut ja kriisiviestintä

Somen eettisiin keskusteluohjeisiin sitoutunut ja arvojen mukaisesti viestivä ehdokas tai kampanjatiimiläinen harvoin aiheuttaa kohua. Toiset silmät ovat kuitenkin aina hyödylliset. Ehdokkaan kannattaa pyytää kampanjatiimiläisiä lukemaan tekstit etukäteen, jottei vahinkolipsahduksia pääse syntymään. Vaalit ovat herkkää aikaa, jolloin naapurijoukkueiden jäsenetkin yrittävät nostattaa kohuja asioista, joissa kohua ei edes ole. Jos näin käy, mutta ehdokas on viestinyt omien ja puolueen arvojen mukaisesti, pyydä rohkeasti muita tueksi somekeskusteluun. Keskustelua ei pidä pelätä, vaan kaikkien kannattaa ottaa kohussa rauhallisesti, pitäytyä faktoissa ja välttää spekulatiota sekä provosoitumista. Syvään hengittäminen auttaa jo paljon.

Jos vahinko kuitenkin pääsee tapahtumaan, niin aito ja rehellinen anteeksipyyntö on oikea ratkaisu. Viesti ja anteeksipyyntö kannattaa laittaa niille some-kanaville, joita ehdokas aktiivisesti kampanjassaan käyttää. Ehdokkaan tulee pyytää nopeasti anteeksi nimenomaan tekoaan, ei esimerkiksi aiheuttamaansa kohua tai toisten ihmisten loukkaantumista.

**NÄIN:** ”Olen pahoillani, että kirjoitin rumasti.”

**EI NÄIN:** ”Olen pahoillani kirjoitukseni aiheuttamasta kohusta.” Tai ”Olen pahoillani, että kirjoitukseni loukkasi.”

**Vinkki:** Epävarmoissa tapauksissa ota yhteys piirin toiminnanjohtajaan tai kunnallis-/paikallisyhdistyksen puheenjohtajaan, mikäli tilanteen vakavuus niin vaatii.

## Henkilökuvausohje



Henkilökuvauksessa tarvitaan monipuolisuutta. Aikaisemmin kuvaksi riitti yksi siisti poseeraus hyväksytyllä taustalla pyhäpuku päällä, ja se kuva on vielä nytkin käyttökelpoinen, mutta sen rinnalle on tullut monta uutta ja muuta tarvetta. Erilaiset jutut vaativat erilaisia kuvia – vakavia tai iloisia.

Kuvilla tuot esille Sinulle tärkeitä asioita: arvoja, ympäristöä, kotiseutua ja niin edelleen. Suurin osa kuvista saakin olla miljöökuvia somessa. Samasta paikasta kannattaa ottaa useita kuvakulmia, rajauksia ja poseerauksia. Pystykuvia, vaakakuvia, erilaisia taustoja ja niin edelleen.

Vinkki: Tee etukäteen suunnitelma ja neuvottele kuvaajan kanssa, millaisia kuvia tarvitset ja miten pääsisitte haluttuun lopputulokseen kaikkein tehokkaimmin. Tulet tarvitsemaan kuvia tulevaisuudessa enemmän kuin sen yhden poseerauksen. Jos vaikkapa urheilu ja liikunta kuuluu vaaliteemoihisi, niin lenkipolulta tai harrastuksista saa oivalliset kuvat vaaliteemaa avaamaan!

**Katso** [Keskustan henkilökuvausohje](#).

## 9. Markkinointi

Mainonnalla on keskeinen merkitys kaikissa vaaleissa. Mainoksilla tuodaan esille ehdokasta, tämän vahvuuksia ja hänen ajamiaan asioita. Suuri osa ehdokkaista teettää kampanjaansa vaihtelevan määrän erilaisia markkinointimateriaaleja ja panostaa mediamainontaan.

Ehdokkaan mainonnan suunnitteleminen on tärkeä osa kampanjasuunnitelmaa. Mainonnan ja viestinnän suhde on välillä häilyvä, eikä niitä toisaalta ole tarpeen edes erottaa. Mainonnan ja viestinnän yhteistyö on kuitenkin hyvä suunnitella hyvin yhteen. Suunnitelman toteutumista on hyvä seurata ja sen tuloksien perusteella optimoida tulevaa mainontaa.

### **Hyvä ehdokas ajattelee myös markkinoinnin kestävyttä**

Vaalit jättävät jälkensä myös ympäristöömme ja ilmastoomme. Siksi on olennaista tutkailla myös vaalikampanjat kestävyiden kannalta. Ehdokkaan on pohdittava, minkälaisia kulutusvalintoja kampanjassaan tekee – painetaanko mainoslehtiset uusiopaperille ja missä ne painetaan? Millaisia jakotuotteita ehdokkaalla on? Ovatko ne saajalleen

käyttökelpoisia vai päätyvätkö roskiin? Voiko kampanjamateriaaleja käyttää uudestaan esimerkiksi seuraavissa vaaleissa?

Fiksuilla kulutus päätöksillä viestitään myös ehdokkaan arvoista. Hyvin suunnitellut, kestävät kampanjatuotteet säästävät rahaa, aikaa ja ympäristöä.

Kannattaa pohtia, miten oma markkinointibudjetti kannattaa hajauttaa. Pohdi omien kohderyhmiensä käyttämät mediat ja valitse ne sen mukaan. Digitaalinen markkinointi (esim. Googlen hakukonemainonta, tai sosiaalisessa mediassa) on usein hyvin kustannustehokasta, ja lisäksi pystyt kohdentamaan mainoksesi tarkasti verrattuna printti- tai kadunvarsimainontaan.

**Katso MSL verkko-opistossa [video digitaalisesta markkinoinnista](#)**

sekä [toinen Facebook-markkinoinnista](#).

**Tee suunnitelma tarvitsemistasi markkinointimateriaaleista sekä mainonnan kuluista niin printtinä kuin digitaalisena. Täytä kampanjataulukon kohta Viestintä & mainonta.**

## 10. Kampanjatilaisuudet

Tilaisuuksia suunniteltaessa ja järjestettäessä on tärkeää muistaa, että ihmiset etsivät itselleen ehdokasta ja vertailevat näiden poliittista linjaa, asiaosaamista ja yleistä henkeä. Yhä useammin äänestäjä etsii ”hyvää tyyppiä”, enemmän kuin rautaista asiaosaajaa. Ehdokkaan onkin tärkeä olla helposti lähestyttävä ja kiinnostunut äänestäjän ajatuksista ja kokemuksista. Harva äänestäjä haluaa kuulla ehdokkaan monologia kampanjatilaisuuksissa. On siis vakuutettava äänestäjä tunteen avulla, ei pelkästään järjellä. Tähän tarpeeseen ehdokkaan tukiryhmineen tulee pystyä vastaamaan kampanjansa aikana. Ihmisten kohtaaminen ja heidän kuunteleminen on kampanjoinnin ytimessä.

**Vinkki:** Pohdi, millaisissa arjen ympyröissä, yhteisöissä tai verkostoissa pääset luonnollisesti ihmisten kanssa vuorovaikutukseen ja keskustelemaan luontevasti sinulle tärkeistä yhteiskunnallisista asioista sekä vaaliteemoista. Toisia ihmisiä voi olla helpompi lähestyä normaalin kanssakäymisen ja keskustelun kautta, sillä se tuo ehdokkaan esiin ihmisenä ja vertaisena. Osa ihmisistä voi viestää tungettelevaa, aktiivista kampanjointia ja mainsten jakoa. Kannattaa myös pohtia, miten ehdokastiimi voi välittää potentiaalisen äänestäjän ajatukset tai kysymykset itse ehdokkaalle ja mahdollisesti saada niihin vastauksen. Tällainen voi jättää äänestäjään merkityksellisyyden kokemuksen, erityisesti jos saa ehdokkaalta vaikkapa henkilökohtaisen tekstarin, someviestin tai sähköpostin jälkikäteen.

## Muistilista kampanjatilaisuuksien järjestämiseen

- Miten ehdokkaan markkinointi kampanjapisteellä hoidetaan?
- Miten ihmiset houkutellaan kampanjapisteelle?
- Miten tapahtumapaikka varataan ja mitä lupia tarvitaan?
- Mitä tuotteita jaetaan ja kuinka paljon?
- Mikä on tapahtuman tavoite? Kuinka monta kohtaamista haluamme?
- Miten varmistamme, että meillä on yllä reipas ja iloinen fiilis?
- Mitkä ovat tärkeimmät tapahtumat, mihin meidän on osallistuttava?
- Miten huolehdimme siivoamisesta tapahtuman jälkeen?

Lue lisää kampanjatilaisuuksien järjestämisestä [MSL verkko-opistosta](#).

## 11. Ehdokkaan hyvinvointi

Henkinen ja fyysinen jaksaminen ovat avaintekijöitä menestymiseen vaalivyössä. Kampanjoinnin aikana tasapainoillaan omien valmiuksien ja voimavarojen sekä vaalivyön haastavien vaatimusten välillä.

Omasta ja ympärillä olevien ihmisten jaksamisesta tulee vaalikuukausienkin aikana pitää huolta. Huomion kiinnittäminen fyysiseen ja henkiseen hyvinvointiin ja ihmissuhteisiin on tärkeää. Kun mieli ja keho voivat hyvin, niin jaksaa paremmin. Ehdokas tarvitsee aikaa palautumiseen, lepoon ja ihmissuhteisiin. Omista tai muiden luuloista huolimatta ehdokas ei ole kone tai ikiliikkuja vaan ihminen.

Kukaan ei saa jäädä vaalitaakan alle. Vaalitiimillä ja verkostolla on vastuu omasta ja ehdokkaan jaksamisesta. Mahdollisimman monen innokkaan vaalivyöntekijän mukaan ottaminen ja vastuun jakaminen auttavat siinä, ettei vaalivyö käy kenellekään kohtuuttoman raskaaksi. Keskustelkaa vaalitiimissä vaalivyön kokemuksista ja jakakaa näkemyksiä jaksamisesta.

Pidä pää kylmänä vaalipäivään asti. Näin kehottavat kampanjakonkarit. Vaalipäivän ja kampanjan loppurutistuksen jälkeen on annettava itselle aikaa toipua ja käydä kampanjaa läpi. Palautekeskustelut vaalitiimin ja läheisten kanssa auttavat ehdokasta käymään läpi tekemäänsä työtä. Näin ehdokas ja vaalitiimiläiset saavat vietyä kampanjointiprojektin loppuun.

Vaalitiimin tehtävät eivät lopu vaalipäivään. Ehdokasta ei saa jättää yksin näiden tehtävien kanssa.

Lue lisää kampanjoinnista [MSL verkko-opistosta](#).

## 12. Esiintyminen

Ehdokkaalla on ensivaikutelman tekemiseen tasan yksi mahdollisuus ja tällöin pitää muistaa, että ehdokkaan käyttäytyminen ja ulkoinen olemus ovat vaalityön keskiössä. Ne luovat jo ensimmäisten sekuntien aikana ehdokkaasta vaikutelman, jonka perusteella äänestäjille muodostuu mielikuva hänestä. Ensivaikutelman perusteella tehdään päätelmiä niin ehdokkaan luonteesta, kyvykkyydestä kuin luotettavuudestakin.

Positiivinen ensivaikutelma herättää aina kiinnostusten ehdokasta kohtaan kun taas negatiivista saattaa olla vaikea muuttaa. Hyvä perusohje ehdokkaalle ja hänen taustajoukoilleen onkin: käyttäydy kohteliaasti ja ole aina oma itsesi. Sillä pärjää jo pitkälle.

Vaalitoiminnassa, olipa kyse mistä muodosta tahansa, on aina huomioitava läsnä olevat ihmiset. Tämä on hyvä tehdä jo heti tilaisuuden alussa. Vaalityössä ehdokkaan esiintymistaidot ja valmius kohdata ihmisiä ovat tärkeitä. Kyky keskustella, kuunnella ja toimia erilaisten ihmisten kanssa nousee suureen rooliin. Tämä vaatii henkistä valmistautumista ja harjoittelua. Valmistautuminen on välttämätöntä tilanteissa, joissa ehdokas on huomion keskipisteenä ja esiintyy suurtenkin väkijoukkojen edessä.

Kampanjan aikana ehdokkaalle tulee virallisia ja epävirallisempia esiintymistilanteita. Tarvitaan etukäteen valmisteltuja puheenvuoroja ja valmiutta puhua tai vastata kysymyksiin yleisön edessä valmistautumatta. Omaan esiintymiseen pitää kiinnittää huomiota ja sitä voi myös harjoitella. Palautetta esiintymisestä voi pyytää omalta vaalitiimiltä tai jopa yleisön edustajalta.

### Hyvä puhuja tuntee asiansa

Tällöin esiintyminen on luonnollista, innostunutta ja vakuuttavaa. Kontakti yleisöön on tärkeää. Asiantuntemus luo uskottavuutta ja antaa itsevarmuutta, mutta se ei yksin täytä hyvän esiintymisen kriteerejä. Riittävä valmistautuminen, havainnollistaminen ja looginen eteneminen tekevät esityksestä kiinnostavan ja helposti seurattavan. Ne myös osoittavat kuulijoille, että esiintyjä osaa asiansa. Sanoma omaksutaan sitä helpommin, mitä tiiviimpi ja ymmärrettävämpi se on. Hyvin rakennettu esitys, selkeä kieli ja konkreettiset esimerkit ovat paras tapa selviytyä haasteesta.

Vinkki: Ehdokkaat eivät tiedä kaikkea kaikista asioista. Jos et itse (tai vaalitiimisi) osaa vastata sinulle esitettyyn kysymykseen, on parasta kertoa se avoimesti tai vastaavasti sanoa, että et ole vielä muodostanut kantaa asiaan. Voit myös ottaa yhteyttä potentiaaliseen äänestäjään jälkikäteen vastauksesi kanssa, mikäli hän niin toivoo.

Lue lisää MSL verkko-opistosta, suora linkki [materiaaliin tässä](#).

## Esiintymisjännitys

Esiintymisjännitys koetaan usein kiusalliseksi ja esiintymistä hankaloittavaksi tuntemukseksi. Liian moni suhtautuu jännitykseen kuin sairauteen tai heikkouteen. Esiintymisjännitykseksi kutsuttava tuntemus on kuitenkin elimistön luonnollinen tila, jonka tarkoitus on vireyttää mieltä ja kehoa sekä vauhdittaa esiintyjää huippusuoritukseen. Oireet vaihtelevat jokaisella erilaisina ja myös niiden kokeminen on henkilökohtaista. Siinä missä yksi kärsii epäonnistumisen pelosta, suun kuivumisesta tai huimauksesta, saattaa toinen jopa nauttia omista jännitysoireistaan, käsien tärinästä ja vatsan kipristelystä.

Jännittäminen on hyvin tavallista ja kokeneimmatkin esiintyjät jännittävät esiintymistilanteita. Omien jännitystuntemusten tunnistaminen ja niiden hyväksyminen helpottaa jännityksen kanssa elämistä. Fyysisiä jännitysoireita voi muuttaa rauhallisemmiksi esimerkiksi syventämällä hengitystä ja huolehtimalla lihasrentoudesta. Tavoitteena ei ole velttous, jännitteisyyden katoaminen, vaan levollinen vireyden tila.

Paras, joskaan ei välttämättä kaikkein lohdullisin, keino esiintymisjännityksen poistamiseen on kasvattaa esiintymiskokemusten määrää. Mitä enemmän esiintymiskokemusta kerääntyy, sitä enemmän esiintyminen ja jännityksen sietäminen helpottuu.

*Ja lopuksi vinkki: myös kaikkein kokeneimmat esiintyjät jännittävät joskus, mutta he kääntävät tämän jännityksen positiiviseksi asiaksi. Kun pieni jännitys muuttuu onnistuneeksi lopputulokseksi, positiivinen aura leviää kaikkialle. Myös äänestäjiin!*

## 13. Vaalirahoitus eduskuntavaaleissa

Eduskuntavaaleissa Keskustan ehdokkaiden on noudatettava vaalirahoituslainsäädäntöä. Laki koskee kaikkia ehdokkaita. Ehdokkaan vaalirahoituksesta annetut lainkohdat (273/2009) löytyvät Vaalirahoitusvalvonnan verkkosivuilta

<https://www.vaalirahoitusvalvonta.fi/>

Ehdokkaalla on lisäksi poliittinen ja moraalinen vastuu edustamansa puolueen ehdokkaana. Niin puolueen kuin yksittäisen ehdokkaan etu on avoimesti kertoa saamastaan tuesta. Kun kertoo kaiken avoimesti, vähintään lain vaatimalla tasolla, saa nukkua yönsä rauhassa ja keskittyä vaalikampanjaan ja vaalien jälkeen kansanedustajan työhön.

## Tee budjettisuunnitelma ja helpota kampanjointiasi

Kampanjointi vaatii resursseja eli rahaa ja vapaaehtoisten aikaa. Suurin osa kampanjan budjetista menee näkyvyyden hankkimiseen eli kampanjatilaisuuksiin, viestintään, markkinointiin ja vaalimateriaaliin. Kampanjan budjetti kannattaa siis suunnitella tarkoin ja huolehtia kampanjan taloudesta huolellisesti.

Ehdokkaan vaalikuluja ovat kulut, joiden toiminnallisena tarkoituksena on edistää ehdokkaan valintaa vaaleissa ja joihin ehdokas voi itse vaikuttaa.

Tähän voit käyttää apunasi Eduskuntavaaliehdokkaan kampanjataulukkoa, johon voit suunnitella kampanjatilaisuuksien, viestinnän ja muun kampanjointisi budjetin: mihin rahaa käytät ja mistä saat rahoitusta. Kampanjataulukolla voit myös seurata kampanjatilaisuuksien budjetissa pysymistä viikkotasolla.

## Muista ainakin nämä

- Olen perustanut kampanjatilin tai muun kirjanpidon kampanjalle.
- Olen laatinut alustavan budjetin kampanjalle.
- Olen tehnyt kampanjalleni rahoitussuunnitelman ja listannut siihen kaikki tahot, joilta aion pyytää tukea vaalikampanjaani.
- Olen kirjoittanut vaalitukipyynnön kaikille rahoitussuunnitelmassa listatuille tahoille.
- Olen sisäistänyt vaalirahoitusta koskevat säännöt ja rajoitukset.

**Vinkki:** Perekdy vaalirahoitukseen MSL verkko-opistossa ja testaa tietosi vaalirahoituksesta [täällä](#).

## Talousvastaava pitää huolta kampanjan taloudesta kampanjataulukon avulla

Kampanjalle kannattaa valita taloudesta vastaava henkilö. Hän

- pitää kirjaa kampanjan tuloista ja menoista,
- seuraa kampanjan budjetin toteutumista,
- hoitaa laskujen maksun ja muun käytännön taloushallinnon kampanjan aikana.

## Kampanjalle oma tili

Ehdokkaalla on päätösvalta ja vastuu kampanjastaan. Vaalikampanjan rahaliikenne on hoidettava niin, ettei tule epäselvyyttä siitä, mitkä tulot ja menot aiheutuvat vaaleista.

**Jos kampanjatilin nimi on ehdokkaan nimissä, verottaja tulkitsee kampanjan osaksi ehdokkaan yksityistaloutta ja saadut lahjoitukset ovat lahjaveron alaisia.** Silloin yksi henkilö voi lahjoittaa maksimissaan 5000 euroa kolmen vuoden sisällä ilman, että niistä maksetaan lahjaveron. Vastikkeellinen varainhankinta voidaan lisäksi tulkita elinkeinon harjoittamiseksi, josta täytyy maksaa verot.

**Jos taas kampanjatilin nimi on tukiryhmän (esimerkiksi kampanjapäällikön) nimissä, verottaja tulkitsee kampanjan yleishyödylliseksi yhteiseksi, joka on vapaa lahja- ja tuloverosta.**

Keskusta suosittelee, että vaaliavustukset ohjataan ehdokkaan vaalitiiminä toimivalle rekisteröidylle yhdistykselle, jollainen voi olla myös puolueyhdistys. Yhdistyksen on järkevää avata erillinen pankkitili yksinomaan ehdokkaan vaalikampanjan rahaliikennettä varten. Tilinkäyttöoikeus on selvyuden vuoksi syytä antaa vaalipäällikölle tai taloudenhoitajalle, ei ehdokkaalle. Vaalirahaa ei tule ohjata ehdokkaan henkilökohtaiselle tilille.

Toisin sanoen jokaisella kampanjalla tulee olla erillinen kampanjatilin. Kampanjatilin kautta hoidetaan kaikki kampanjan tulo- ja menoliikenne: sinne ohjataan lahjoitukset ja sieltä maksetaan vaalilaskut. Tällä tavalla toimimalla oman kampanjan rahankäyttö on suoraan nähtävissä tiliotteelta. Myös ehdokkaan omat varat, joilla kampanjaa rahoitetaan, kannattaa siirtää kampanjan käyttöön siirtämällä ne ehdokkaan omalta henkilökohtaiselta käyttötilitiltä kampanjatilille. Suositus on, että kampanjatilin kautta kulkee vain vaaleihin liittyviä rahoja, ja kaikki vaaleihin liittyvät rahat (paitsi suoraan käteisellä maksetut) kulkevat kampanjatilin kautta.

Ehdokas, ehdokkaan vaalitiimi ja muu yksinomaan ehdokkaan tukemiseksi toimiva yhteisö on yksi kokonaisuus ja kaikkien näiden hankkima raha tulee yksilöidä. Tukiyhdistyksen on osoitettava yksityiskohtaisesti, mistä ja mitä tukea se on saanut. Puolueyhdistys eli paikallisyhdistys voi toimia tukiyhdistyksenä, vaikkei se olekaan yksinomaan ehdokkaan tukemiseksi toimiva yhteisö. Vaalikampanjan rahaliikenne tulee erottaa puolueyhdistyksen muusta toiminnasta aiheutuvasta rahaliikenteestä. Puolueyhdistyksen kautta käyty yksittäisen ehdokkaan vaalikampanjan rahaliikenne ilmoitetaan kuten yksinomaan ehdokkaan tukemiseksi toimivan yhdistyksen. Kõnttäsomma ei riitä, vaan rahavirrat on kerrottava yksityiskohtaisesti. Vrt. välitetty tuki.

## Vaalituen antaminen ja vastaanottaminen on laillista ja hyväksyttävää

Pähkinänkuoressa vaalilain sisältö: vaalirahoituslaki velvoittaa ehdokkaan ilmoittamaan kampanja-aikaan kohdistuneet kulut ja sen, miten nämä kulut ovat katettu sekä merkittävät tuen antajat.

Avoimuus lisää luottamusta poliittiseen järjestelmään. Avoimuuden toinen puoli on lahjoittajan yksityisyyden suojaaminen. Yksityishenkilön nimeä ei saa ilmoittaa ilman hänen nimenomaista suostumustaan. Tällä menettelyllä mahdollistetaan se, että tavanomaisen lahjoituksen voi tehdä ilman, että joutuu julkistamaan poliittisen tukensa.

Kaikki 1500 euron ja sitä isompien tukien antajat on julkistettava. Lisäksi on huomioitava, että vaikka yksittäinen tukisumma ei ylittäisikään 1500 euroa, voi useammasta pienestä yksittäisen tahon antamasta tuesta kertyä yhteensä julkisuusrajan ylittävä summa. Myös välitetty tuki, ylittäessään 1500 euroa, on julkistettava.

## Ehdokkaan saaman vaalituen rajoitukset

- Tukea ei saa ottaa vastaan, jos sen antajaa ei voida selvittää. Tämä ei koske arpalippujen tai muun vähäarvoisen tavaran myyntiä tai keräystoimintaa.
- Samalta tukijalta saa eduskuntavaaleissa ottaa vastaan tukea korkeintaan 6000 euroa.
  - Poikkeuksena jos tuen antaja on puolue, puolueyhdistys tai ehdokkaan tukiyhdistys, eikä tuki sisällä arvoltaan tukikattoa enempää muulta tukijalta välitettävää tukea.
- Ulkomailta saa ottaa tukea vain yksityishenkilöiltä sekä ehdokkaan aatesuuntaa edustavilta kansainvälisiltä yhteisöiltä ja säätiöiltä.
- Tukea ei saa ottaa vastaan valtiolta, kunnalta, kuntayhtymältä, valtion tai kunnan liikelaitokselta, julkisoikeudelliselta yhdistykseltä, laitokselta tai säätiöltä eikä valtion tai kunnan määräysvallassa olevalta yhtiöltä. Kielto on ehdoton, eli näille tahoille ei voi myydä esimerkiksi seminaarilippuja.
- Yllä lueteltujen tahojen tiloja ei voi maksutta käyttää vaalitulaisuuksiin elleivät tilat muulloinkin ole vapaasti käytettävissä.
  - Esimerkki: Jos koulun tilat ovat yleisesti vuokattavana, voi ehdokas vuokrata niitä tavanomaisilla vuokrahinnoilla.
- Puoluelaisissa puolueille on sallittu julkisen tahojen toimitilojen käyttö silloinkin, kun sitä voidaan pitää annettuna tukena.
  - Jos vaalitulaisuus järjestetään julkisoikeudellisen tahon toimitiloissa, on pidettävä huoli siitä, että tilaisuuden järjestäjänä toimii puolue tai puolueyhdistys, ei ehdokas.



## **Kampanja-aika**

Vaalirahoituslain mukainen kampanja-aika on eduskuntavaaleissa 2.10.2022–16.4.2023.

Vaalirahoituslain mukainen vaalikampanja-aika alkaa aikaisintaan 6 kuukautta ennen vaalipäivää ja päättyy viimeistään 2 viikkoa vaalipäivän jälkeen. Mainosten ja esitteiden suunnittelu- ja painatuskulut ovat kampanjakuluja, vaikka ne olisi maksettu ennen kampanja-aikaa, jos mainokset ilmestyvät ja esitteet jaetaan kampanja-aikana.

Vaalituen vastaanottamista ei ole sidottu kampanja-aikaan. Sen sijaan julkisen rahankeräyksen saa ilman rahankeräyslupaa järjestää vain ja ainoastaan vaalikampanja-aikana.

## **Ehdokkaan vaalikampanja ja puolueen vaalikampanja**

Puolueen vaalikampanja on erotettava ehdokkaan vaalikampanjasta. Ratkaisevaa on se, päättääkö tilaisuuksista ja kampanjamateriaalista puolueorganisaatio vai ehdokas itse.

Puolueen ulkovaalimainokset, yhteismainokset ja vaalilehdet, jossa kaikki tai useammat ehdokkaat esiintyvät, kuuluvat pääsääntöisesti puolueen vaalikampanjaan. Esim. piirikokousilmoitus, jossa on vaalipiirin kansanedustajien kuvia, on puolueen mainontaa. Samoin keskustanaisten naisehdokkaita ja keskustanuorten nuoria ehdokkaita mainostava ilmoitus on puoluejärjestön, ei yksittäisen ehdokkaan vaalimainontaa.

Mikäli ehdokkaat päättävät yhdessä tehdä ilmoituksen tai vaalilehden, jonka kustannuksista he vastaavat, on kyseessä ehdokkaan vaalimainos, jonka tuloista ja menoista jokaisen ehdokkaan on ilmoitettava oma osuutensa. Jos ehdokas itse joutuu maksamaan osan piirin mainonnasta, on tämä maksuosuus ilmoitettava kampanjakuluna.

Ehdokkaan puolueyhdistykseltä, piiriltä ja sisarjärjestöltä saama tuki hänen henkilökohtaiseen vaalityöhönsä on ilmoitusvelvollisuuden alaista tukea.

Kansalaisjärjestöjen, ammattiliittojen ja muiden ulkopuolisten yhteisöjen tuessa huomioon otettavaa on se, että yksittäisen ehdokkaan kampanjaan annettu tuki on ilmoitusvelvollisuuden piirissä olevaa vaalitukea. Sen sijaan etujärjestön oma-aloitteinen toiminta järjestää lähellä olevien ehdokkaiden puolesta ei ole ehdokkaan vaalitoimintaa. Tässäkin tapauksessa ratkaisevaa on se, tekeekö järjestö päätöksen tilaisuudesta tai lehti-ilmoituksesta omasta aloitteestaan.

## Mainoksen maksajan ilmoittaminen

Ehdokkaan, ehdokkaan vaalitiimin ja muun yksinomaan ehdokkaan tukemiseksi toimivan yhteisön on huolehdittava siitä, että vaalikampanjaan kuuluvasta tai sitä tukemaan tarkoitettu maksullisesta mainoksesta käy ilmi mainoksen maksajan nimi.

- Poikkeuksen muodostaa se, jos mainoksen on maksanut yksityishenkilö ja mainoksen arvo on pienempi kuin 1500 euroa. Tällöin maksajaa ei saa ilmoittaa ellei hän ole antanut siihen lupaa.

Jos maksajana on yritys, yhteisö, ehdokas itse tai ehdokkaan vaalitiimi, ilmoituksen maksaja on aina merkittävä mainokseen.

Mainoksen maksaja ilmoitetaan esimerkiksi mainoksen reunassa huomaamattomalla kirjoituksella (”Mainoksen maksaja: ehdokas itse / ehdokkaan tukiyhdistys / puolueyhdistys”).

## Vaalirahoitusilmoitus

Vastuu vaalirahoitusilmoituksen tekemisestä on vaaleissa kansanedustajiksi valituilla sekä varaedustajaksi määrätyillä. Pääsääntöisesti vaalipäällikkö tai tukiyhdistyksen taloudenhoitaja kerää tiedot ja laatii ilmoitusluonnoksen. Eduskuntaan tai varalle valittu tekee ilmoituksen ja vastaa sen sisällöstä.

Vaalirahoitusilmoitus tehdään Valtiontalouden tarkastusvirastolle kahden kuukauden kuluttua vaalituloksen vahvistamisesta.

- Eduskuntavaalien vaalitulos vahvistetaan 5.4.2023 eli ilmoituksen on oltava perillä viimeistään 5.6.2023.

Ilmoituksen voi jättää sähköisesti henkilökohtaisia pankkitunnuksia käyttäen [Vaalirahoitusvalvonnan verkkosivuilla](#).

Ilmoituksen voi tehdä myös paperiversiona, jonka ehdokas allekirjoittaa.

## **Vaalirahoituslain 2 §:n mukaan vaalirahoitus koostuu kolmesta tekijästä:**

### **1. Ehdokkaan omat varat ja lainat**

Lainoihin rinnastetaan luotolla vaalikampanjaan hankittuja tavaroita ja palveluja, jos laskut ovat maksamatta.

### **2. Ehdokkaan, ehdokkaan vaalitiimin tai muun yksinomaan ehdokkaan tukemiseksi toimivan yhteisön saama tuki**

Jos ehdokkaan vaalitiimille on edellisistä vaaleista jäänyt rahaa, se tulee ilmoittaa tässä kohdassa.

### **3. Muu tuki**

Tukijoiden suoraan maksamat kulut, jotka ovat ehdokkaan vaalikampanjatukea esim. lehti-ilmoitukset ja tilaisuuksien kustannukset.

Lue tarkemmat ohjeet Vaalirahoitusvalvonnan verkkosivuilta:

<https://www.vaalirahoitusvalvonta.fi/fi/index/vaalirahailmoituksia.html>

## **Vapaaehtoinen ennakoilmoitus**

Vapaaehtoisella ennakoilmoituksella ehdokas voi kertoa arvioidusta vaalibudjetista ja jo toteutuneista tuloista ja menoista sekä rahoittajista. Keskustan puoluetoimisto suosittelee, että ehdokkaat tekevät vapaaehtoisen ennakoilmoituksen vaalirahoituksesta, jotta äänestäjät saavat tiedot kampanjamenoista ja tuloista sekä merkittävistä tukijoista ennen äänestyspäätöksen tekoa.

Ehdokas voi tehdä [ennakoilmoituksen sähköisesti Vaalirahoitusvalvonnan verkkosivuilla](#).

käyttäen omia henkilökohtaisia pankkitunnuksiaan. Ilmoituksen voi tehdä myös ehdokkaan allekirjoittamana paperiversiona.

## **Rahankeräystilitys**

Rahankeräys on toimintaa, jossa kerätään yleisöön vetoamalla vastikkeetta rahaa.

Rahankeräyslain 5 §:n 4 momentin mukaan yksinomaan ehdokkaan tukemiseksi toimivan yhdistyksen ja puolueyhdistyksen ei enää tarvitse hakea lupaa vaalikampanja-aikana järjestämänsä rahankeräykseen vaalikampanjan kustannusten kattamiseksi. Vaikkei lupaa tarvitse anoa, on rahankeräyksestä tehtävä tilitys poliisihallitukselle.

Jos ehdokkaan vaalitiimi on esim. nettisivuillaan, lehti-ilmoituksella tai puhelinkampanjalla kerännyt rahaa, on rahankeräyksestä tehtävä tilitys poliisihallitukselle 6 kk kuluessa kampanja-ajan päättymisestä. Tilitykseen on liitettävä tilintarkastajan

lausunto. Tilintarkastaja on yhdistyksen tilintarkastaja tai uuden yhdistyslain mukainen toiminnantarkastaja.

Tilityslomake löytyy [Poliisin verkkosivuilta](#).

## **Yleishyödyllinen yhteisö**

Yleishyödyllisenä yhteisönä voidaan pitää muun muassa puoluerekisteriin merkittyä puoluetta sekä sen jäsen-, paikallis-, rinnakkais- tai apuyhdistystä. Apuyhdistyksiksi katsotaan mm. ehdokkaan tukiyhdistys, jonka varsinaisena tarkoituksena on yhteiskunnallisiin asioihin vaikuttaminen. Yleishyödyllisenä yhteisönä voidaan pitää myös yleisissä vaaleissa, kuten kuntavaaleissa ehdokkaan tukemiseksi varattua varallisuuskokonaisuutta eli tukiryhmän hallitsemaa vaaleihin varattua varallisuutta.

Yleishyödyllinen yhteisö on verovelvollinen saamastaan elinkeino- tai liiketulosta. Ehdokkaan kannalta pääsääntöisesti tuloverosta ja arvonlisäverosta vapaita varainhankintamuotoja ovat esimerkiksi rahankeräys, lahjoitukset, arpajaiset, vaalilehdet, kannatustavarat, tavaramyynti, tapahtumat ja tilaisuudet, kun varainhankinta tapahtuu ehdokkaan tukiyhdistyksen tai tukiryhmän nimissä (Tuloverolaki 1535/1992, 22 § ja 23 §. Verohallituksen ohje 384/349/2007, 30.4.2007).

**Lue lisää:** <https://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1992/19921535>

<https://www.vero.fi/syventavat-vero-ohjeet/ohje-hakusivu/47999/verotusohje-yleishy%C3%B6dyllisille-yhteis%C3%B6ille3/>

## **Varainhankinnan muotoja**

- tapahtumat ja tempaukset
- myyjäiset ja kirpputorit
- maksullinen kahvi- ja ruoka- tarjoilu tilaisuuksissa
- talkootyö
- myyntituotteet; lakit, t-paidat, tarrat, kirjat, kortit ja rintamerkit
- taiteen myynti
- haastekirjeet ja -kampanjat
- listakeräykset ja keräyslippaat
- arpajaiset
- vaalilehdet
- maksullisten seminaarien, näyttelyiden ja matkojen järjestäminen
- kalenterit
- tuki yksityisiltä, yhteisöiltä ja yrityksiltä

## Tavara-arpajaiset

Tavara-arpajaisilla tarkoitetaan arpajaisia, joissa voi arpomisella tai muulla siihen rinnastettavalla sattumalla perustuvalla tavalla voittaa tavaraa tai tavaraan taikka palveluihin vaihdettavissa olevia lahja- tai ostokortteja.

Tavara-arpajaiset saadaan toimeenpanna ainoastaan viranomaisen luvalla varojen hankkimiseksi yleishyödyllisen toiminnan edistämiseen. Arpajaiset saa toimeenpanna rekisteröity yhdistys, jolla on yleishyödyllinen tarkoitus. Lupa arpajaisiin haetaan arpajaisten toimeenpanopaikan poliisilaitokselta. Tavara-arpajaisluvan poliisilaitoksen toimialuetta laajemmalla alueella toimeenpantaviin tavara-arpajaisiin antaa Poliisihallitus. Lupa haetaan kirjallisesti [Poliisin verkkosivuilta](#).

- Huom! Rekisteröity yhdistys saa toimeenpanna ilman lupaa tavara-arpajaiset (pienarpajaiset), joissa arpojen yhteenlaskettu myyntihinta on enintään 3000 euroa. Pienarpajaisissa arpojen myynti ja voittojen jako tapahtuu samassa tilaisuudessa.

## Lahjoitusten vastaanottaminen

Yleishyödyllinen yhdistys, jollaiseksi katsotaan myös puolueyhdistys, ehdokkaan tukiyhdistys tai tukiryhmä, ei ole saamistaan lahjoituksista verovelvollinen. Puolueen vaalitoimintaan annettu avustus saattaa sisältää määräyksen, jonka mukaan avustusta on käytettävä nimetyn tai nimettyjen ehdokkaiden vaalimainontaan. Tällaisesta määräyksestä huolimatta puolue voidaan katsoa tulonsaajaksi, jos avustus on kirjattu puolueen kirjanpitoon. Avustus on siis puolueelle verovapaa. Avustusta ei myöskään katsota ehdokkaan veronalaiseksi tuloksi eikä lahjaksi.

Ehdokas on henkilökohtaisesti saamastaan vaaliavustuksesta lahjaverovelvollinen, jos hänen samalta lahjoittajalta kolmen vuoden aikana saamien lahjoitusten määrä on 4000 euroa tai enemmän. Tällöin lahjansaajan on tehtävä lahjaveroilmoitus (perintö- ja lahjaverolaki 2.1 § ja 19 §, Verohallituksen ohje 17/38/2007):

<https://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1940/19400378>

## Vaalilehdet ja kannatustavarat

Yleishyödyllisten yhteisöjen jäsenlehdistä ja muista yhteisön toimintaa välittömästi palvelevista julkaisuista saatu tulo on pääsääntöisesti vapaata tulo- ja arvonnisäverosta.

Vaalilehdestä saadun tulon voi verottaja kuitenkin katsoa ehdokkaan tukiryhmälle veronalaiseksi tuloksi, jos varainhankinta on säännöllistä, mittavaa ja lehti kilpailee samoilla markkinoilla veroa maksavien lehtien kanssa ja saa verovapaudestaan tuntuva

etua elinkeinoalalla. Jos toiminta katsotaan elinkeinotuloksi, on se myös arvonlisäverolain alaista. Tulkinnasta on viisainta keskustella etukäteen verottajan kanssa.

Viirien, merkkien, tarrojen, korttien ja muiden vastaavien tuotteiden myynnistä saatu tulo on yleis-hyödylliselle yhteisölle, siis myös ehdokkaan tukiyhdistykselle tai tukiryhmälle, verotonta, jos kysy-myksessä on varainhankinta eikä elinkeinotoiminta (tuloverolaki 23 §).

## **Tavaramyynti, tapahtumat ja tilaisuudet**

Erilaisten kulutustavaroiden, kuten elintarvikkeiden tai vaatteiden myyntiä, vaikkakin varainkeräystarkoitukseen, pidetään lähtökohtaisesti yleishyödyllisen yhteisön elinkeinotoimintana. Erityisesti toiminnan pitämisenä elinkeinona vahvistaa rajoittamaton asiakaspiiri, myynnin tapahtuminen ansiotarkoituksessa ja pysyvästä myyntipaikasta. Kriteerejä voivat olla myös myytävien tuotteiden myynti käypään hintaan tai myyntitoiminnan jatkuvuus (Verohallituksen ohje 384/349/2007).

Myyntitoiminnan varainhankinnan luonnetta puoltavat mm. se, että myyntitoiminta liittyy välittömästi yhteisön yleishyödyllisen tarkoituksen toteuttamiseen, myynti on kertaluonteista tai lyhytaikaista, myytävillä tuotteilla pyritään varainhankintaan (ylihintaa) tai että myytävät tuotteet poikkeavat selkeästi muiden elinkeinotoimintaa harjoittavien myymistä tuotteista. Pelkkä oma logo ei ole riittävä tuotteita erottava tekijä.

Myös koulutustilaisuudet ja messut voidaan lukea verovapaiksi tilaisuuksiksi, jos ne kohdistuvat omalle jäsenkunnalle tai toiminnalta puuttuu säännöllisyys (esim. vuosittain).

Varainhankintaa voi harjoittaa myös järjestämällä kirpputorin. Yleishyödyllisen yhteisön elinkeinotulona ei pidetä yhteisön toimintansa rahoittamiseksi järjestämästä tavarankeräyksestä tai siihen verrattavasta toiminnasta saamaa tuloa. Tällöin yhteisön kirpputorilla myymät tavarat tulee saada lahjoituksina.

Verovapaata yleishyödyllisen yhteisön, siis myös ehdokkaan tukiyhdistyksen tai tukiryhmän järjestämä kirpputoritoiminta on vain silloin, kun se on yhteisön omaa toimintaa eli tavarankierrätystä. Kirpputoripöytien vuokraaminen ei ole yhteisön tavarankierrätystoimintaa vaan myyntipaikkojen tarjoamista, ja tällaisena veronalaista toimintaa, vaikka se muodostaisi vain osan harjoitetusta kirpputoritoiminnasta (tuloverolaki

23.3 §, Verohallituksen ohje 384/349/2007).

**Lue lisää:** <https://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1992/19921535>



<https://www.vero.fi/syventavat-vero-ohjeet/ohje-hakusivu/47999/verotusohje-yleishy%C3%B6dyllisille-yhteis%C3%B6ille3/>

Testaa tietosi vaalirahoituksesta [MSL verkko-opistossa!](#)